

Social Media Policy

Sommario

1. Modalità di gestione di account ufficiali
2. Creazione e pubblicazione dei contenuti su account ufficiali
3. Produzione e pubblicazione dei contenuti su account personali dei Promotori
4. Tempi e modi di una conversazione sui social network in accordo con le policy aziendali (solo per dipendenti)

Sala Srl, oltre a pubblicare contenuti istituzionali sui siti web ufficiali www.salasrl.com e www.lineaspindle.com, è anche presente sui social network Facebook, Instagram, LinkedIn e YouTube con i brand Sala Srl e Linea Spindle, secondo finalità istituzionali e di interesse generale, per promuovere i propri prodotti e informare in tempo reale di iniziative e servizi offerti.

La Social Media Policy è il codice di condotta che fornisce le principali norme di comportamento che dipendenti e collaboratori di Sala Srl (e.g. commerciali, consulenti, fornitori, ecc.), in seguito "Promotori", sono tenuti ad osservare ogni qualvolta pubblicano, condividano o commentino contenuti riguardanti l'azienda Sala Srl, indipendentemente dal fatto che l'interazione sui social sia effettuata per mezzo di un account ufficiale aziendale o che avvenga attraverso un account personale del Promotore.

Un utilizzo scorretto dei canali social può:

- › danneggiare l'immagine e la reputazione di Sala Srl;
- › esporre anche a danni diretti (i.e. richieste di risarcimento), nel caso vengano pubblicati contenuti lesivi del diritto d'autore e di proprietà intellettuale.

I Promotori sono chiamati ad attenersi alla strategia di comunicazione dell'azienda.

1. Modalità di gestione di account ufficiali

L'Ufficio Marketing ha il compito di amministrare tutti i profili social ufficiali di Sala Srl, consultabili sui due siti www.salasrl.com e www.lineaspindle.com.

Esso ha il compito di monitorare la reputazione dell'azienda e dei suoi rappresentanti sui social network, valutando post e conversazioni in cui Sala Srl è menzionata tramite tag (@salasrl @lineaspindle) e hashtag (#salasrl #lineaspindle).

Saranno i responsabili dell'Ufficio Marketing a moderare tutti i contenuti nei social, dalle richieste ai contenuti inappropriati o diffamatori postati da utenti privati.

I dipendenti abilitati all'utilizzo dei social istituzionali, che possiedano anche account di tipo personale, sono chiamati alla massima attenzione nell'utilizzo dei due diversi profili, per evitare lo scambio dei profili durante l'utilizzo degli strumenti.



2. Creazione e pubblicazione dei contenuti su account ufficiali

I contenuti pubblicati sugli account istituzionali devono essere creati o concordati con l'Ufficio Marketing, che ha il compito di verificare che questi siano sempre in linea con la strategia comunicativa di Sala Srl.

I contenuti testuali, fotografici e video promossi sui canali social devono rispondere sempre ai seguenti requisiti:

- › devono essere positivi e in nessun modo finalizzati ad una pubblicità comparativa;
- › devono rispettare le policy aziendali;
- › devono fornire informazioni certe, verificate e che sempre rispettino il copyright altrui;
- › possono fornire informazioni e/o particolari curiosità relative a Sala Srl e al suo patrimonio tecnologico, ma solo previa approvazione dell'Ufficio Marketing.

Le persone incaricate di preparare contenuti creativi per conto dell'azienda parlano a nome dell'azienda e ad un particolare pubblico e devono sempre accertarsi che i contenuti condivisi:

- › siano inattaccabili: Internet non dimentica e qualsiasi contenuto può essere "riportato alla luce" e utilizzato contro l'autore o contro l'azienda in qualsiasi momento;
- › non diffondano dati personali, materiale aziendale protetto da diritti di proprietà intellettuale (incluso il copyright) e informazioni riservate.

Tutti i contenuti postati sui social media ufficiali sono approvati dall'ufficio marketing e liberamente condivisibili dai Promotori.

3. Produzione e pubblicazione dei contenuti su account personali dei Promotori

È bene ricordare che anche i contenuti condivisi su account personali, una volta messi in rete, possono avere risonanza globale.

I Promotori, e soprattutto i dipendenti, nell'utilizzo e gestione dei propri account privati sui social media sono tenuti a rispettare alcune norme di comportamento, tese a garantire la salvaguardia e la reputazione di Sala Srl e delle persone che vi lavorano.

Il dipendente/Promotore che sceglie di rendere nota la propria attività lavorativa, è tenuto a specificare nelle informazioni postate relative a Sala Srl che le opinioni espresse hanno carattere personale e non impegnano in alcun modo la responsabilità di Sala Srl.

Indipendentemente dal social network utilizzato, nel caso in cui i Promotori intendano pubblicare contenuti ex novo inerenti Sala Srl, sono tenuti ad interfacciarsi con l'ufficio marketing.

Qualora la piattaforma di pubblicazione fosse una tra LinkedIn, Instagram o Facebook, i Promotori sono caldamente invitati a taggare la pagina ufficiale di Sala Srl (@salasrl) o Linea Spindle (@lineaspindle).

Da evitare la diffusione sul proprio profilo privato di contenuti o informazioni aziendali non precedentemente segnalati sui canali social ufficiali e non apparsi sui siti di Sala Srl e Linea Spindle. In particolare, si chiede ai Promotori di non pubblicare sui loro profili personali alcun tipo di informazione o notizia che Sala Srl fanno circolare ad esclusivo uso interno.

Nello specifico, il personale di Sala Srl:

- › fermo restando il corretto esercizio delle libertà sindacali e del diritto di critica, è bene che si astenga dalla trasmissione e diffusione di messaggi che per le forme e i contenuti possano comunque nuocere a Sala Srl, ledendone l'immagine o compromettendone l'efficienza;
- › è tenuto ad osservare un comportamento pubblico rispettoso dell'organizzazione presso cui lavora;
- › non può divulgare attraverso i social media informazioni riservate quali: la corrispondenza interna; informazioni di terze parti di cui è a conoscenza (ad esempio partner, istituzioni, utenti, stakeholder, ecc.) o informazioni su attività lavorative, servizi, progetti e documenti non ancora resi pubblici; decisioni da assumere e provvedimenti relativi a procedimenti in corso, prima che siano stati ufficialmente deliberati e comunicati formalmente alle parti interessate;
- › deve rispettare la privacy dei colleghi, evitando riferimenti all'attività lavorativa svolta, fatte salve le informazioni di dominio pubblico;
- › ad eccezione di eventi pubblici che si svolgono nella sede di lavoro, non può divulgare foto, video, o altro materiale multimediale, che riprenda personale e locali dell'azienda senza l'esplicita autorizzazione dell'ufficio marketing;
- › non può aprire blog, pagine o altri canali a nome di Sala Srl o che trattino argomenti riferiti alla sua attività, senza autorizzazione preventiva di Sala Srl;
- › non può utilizzare su account personali i marchi di proprietà Sala Srl, senza previa autorizzazione della stessa azienda.

4. Tempi e modi di una conversazione sui social network in accordo con le policy aziendali (solo per dipendenti)

Si raccomanda la condivisione dei contenuti pubblicati sugli account ufficiali di Sala Srl, secondo le modalità del social utilizzato (like, consiglia, condividi ecc.). Sono ben accette idee e proposte di nuovo contenuto da condividere sui social.

Sala Srl auspica la buona condotta dei propri dipendenti anche sulle “piazze virtuali”:

- › scrivere in modo corretto dal punto di vista grammaticale;
- › scrivere solo fatti certi e verificati;
- › non mancare di rispetto a persone, aziende, gruppi o categorie/etnie di persone e istituzioni;
- › non taggare o hashtaggare terzi, salvo previa autorizzazione di Sala Srl;
- › non usare hashtag e/o tag dell'azienda su pagine terze.

